



Turismo

Relatório mensal

Elaborado por: André Spalenza, Felipe Montini e Eduarda Gripp.



TURISMO NO ESPÍRITO SANTO CRESCCE 2% EM JULHO E REGISTRA O MAIOR AVANÇO MENSAL ENTRE OS ESTADOS BRASILEIROS

ATIVIDADES TURÍSTICAS

CRESCIMENTO
MENSAL

+2,0%

EM RELAÇÃO A JUNHO

CRESCIMENTO
INTERANUAL

+0,8

EM RELAÇÃO A JUL/24

**MELHOR JULHO
DESDE 2014**

REFORCANDO O TURISMO
DE INVERNO COMO DIFERENCIAL

Movimentação de Passageiros de Avião

JULHO
CRESCIMENTO DE (+14,8%)

156.605
PASSAGEIROS

NO ANO
CRESCIMENTO DE (+12,0%)

944.029
PASSAGEIROS

Por meio da análise do Índice de Atividades Turísticas (IATUR)¹, o objetivo deste relatório é acompanhar os indicadores de turismo no Espírito Santo. A intenção é identificar as tendências do setor e oferecer informações relevantes para apoiar o processo de tomada de decisão.

VOLUME DE ATIVIDADES TURÍSTICAS CRESCE 2% NO ESPÍRITO SANTO EM JULHO

Em julho de 2025, o volume de atividades turísticas no Espírito Santo avançou 2% em relação a junho, enquanto, no cenário nacional, houve um recuo de 0,7% no mesmo período.

Tradicionalmente associado às férias escolares, o mês de julho impulsiona viagens familiares e maior movimentação no setor, consolidando o turismo de inverno como um dos principais diferenciais do estado. Na comparação interanual, em relação a julho de 2024, o turismo capixaba apresentou um crescimento de 0,8%.





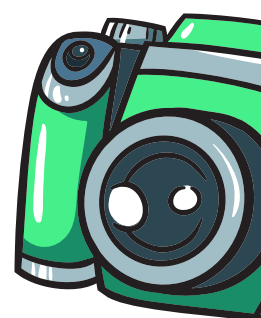
Embora o avanço seja modesto, o resultado ganha relevância ao considerar que, no ano anterior, o segundo semestre já havia apresentado forte retomada, com volume de atividades turísticas 10,6% superior ao do primeiro semestre de 2024. Nesse contexto, a manutenção de uma trajetória de expansão, mesmo após uma base elevada de comparação, reforça a resiliência e a solidez do setor no estado.

No acumulado de 2025, o volume de atividades turísticas no Espírito Santo cresceu 5,5%, resultado um pouco abaixo da média nacional (6,1%). O bom desempenho do turismo no estado e no país tem sido favorecido por alguns fatores, como a queda do desemprego e o fortalecimento do consumo das famílias, sobretudo nos gastos com turismo e lazer.

Variação do IATUR (%) Comparação Brasil e Espírito Santo, Jul/25

Atividades	Jul/25 x Jun/25*	Jul/25 x Jul/24	Acumulado no ano**
Espírito Santo	2	0,8	5,5
Brasil	-0,7	3,3	6,1

Fonte: IATUR/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.
*Variação com ajuste sazonal. **Em relação ao mesmo período do ano anterior.



RETOMADA DO CRESCIMENTO INTERANUAL APÓS A QUEDA EM JUNHO

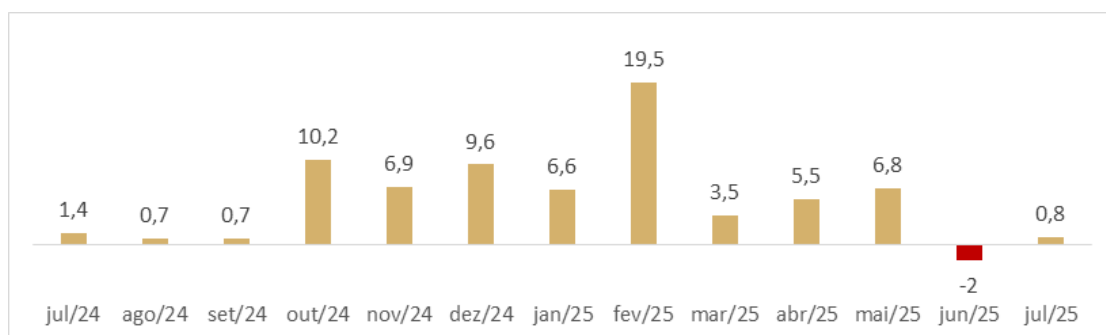
O crescimento interanual de 0,8% registrado em julho sinaliza a retomada do setor turístico capixaba após a queda de 2% observada em junho, que interrompeu uma sequência de 11 meses consecutivos de alta.

Assim, em 12 dos últimos 13 meses o volume de atividades turísticas foi superior ao do mesmo período do ano anterior. Isso mostra um desempenho fortemente positivo do turismo no estado no período recente.



O principal desafio para os próximos meses será manter um nível de atividades próximo ou superior ao registrado no segundo semestre de 2024, que foi muito positivo para o setor. A continuidade e a ampliação dos investimentos em promoção e divulgação do turismo capixaba, fortalecendo a visibilidade do estado e atraindo visitantes de outras regiões do país, são fatores estratégicos para sustentar e ampliar esses resultados positivos.

Variação do IATUR em relação ao mesmo mês do ano anterior (%), ES



Fonte: IATUR/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.



Melhor Julho para o setor turísticos

NOS ÚLTIMOS 10 ANOS

Em julho de 2025, o volume de atividades turísticas no Espírito Santo atingiu o maior patamar para o mês desde 2014, consolidando o melhor desempenho dos últimos 11 anos. Esse resultado evidencia a diversificação da oferta turística do estado e, principalmente, o diferencial proporcionado pelo turismo de inverno, que vem se consolidando como um dos motores do turismo no estado.

O turismo de inverno no Espírito Santo se destaca pelas Montanhas Capixabas, em que cidades como Domingos Martins, Venda Nova do Imigrante, Santa Teresa e a região do Caparaó oferecem um clima mais frio, e uma combinação de atrativos naturais, culturais e gastronômicos.

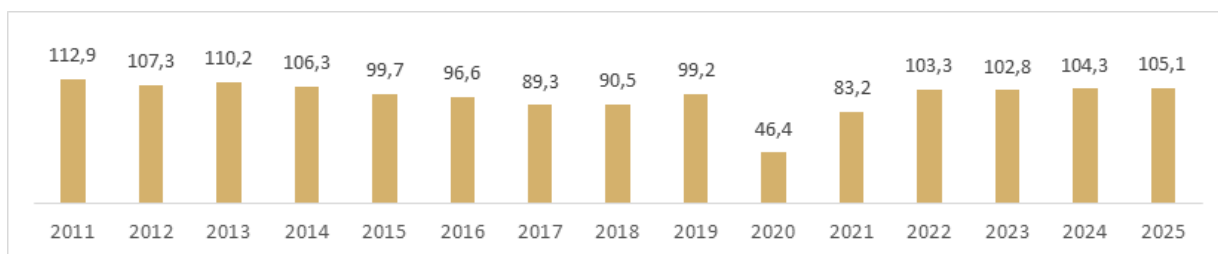


Nesse período cresce a procura por atividades ligadas ao descanso, ao contato com a natureza e na busca por vivências autênticas, com experiências imersivas, que aproximam os visitantes da cultura local e da natureza, como o agroturismo, o turismo ecológico, e o turismo de montanha.

O perfil diversificado do turismo capixaba, especialmente durante o inverno, amplia a competitividade do estado e o diferencia de destinos vizinhos, como a Bahia e outros estados do Nordeste. Assim, o turismo de inverno consolida-se como um forte atrativo para visitantes conhecerem o Espírito Santo e explorarem toda a gama de produtos e experiências que o estado pode oferecer.



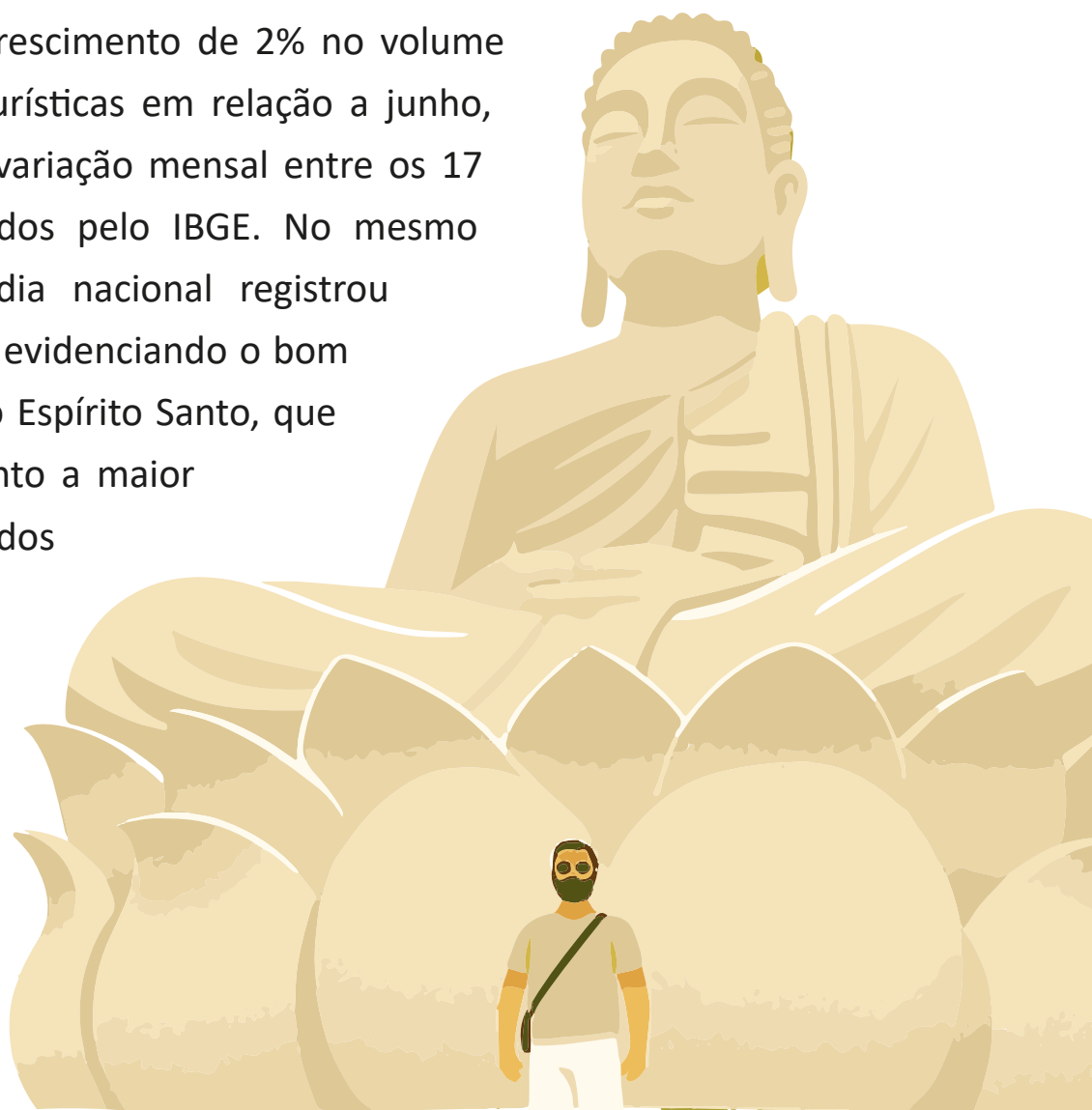
IATUR - Número Índice no mês de julho por ano, ES



Fonte: IATUR/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

TURISMO CAPIXABA REGISTRA O MAIOR CRESCIMENTO MENSAL ENTRE OS ESTADOS BRASILEIROS

O setor turístico capixaba se destacou em julho, apresentando crescimento de 2% no volume de atividades turísticas em relação a junho, sendo a maior variação mensal entre os 17 estados analisados pelo IBGE. No mesmo período, a média nacional registrou queda de 0,7%, evidenciando o bom desempenho do Espírito Santo, que avançou enquanto a maior parte dos estados recuou.



Além do turismo de inverno, que se consolidou como um importante diferencial competitivo, uma série de eventos movimentou o setor no mês de julho. Na Região Metropolitana, destacaram-se a ESX – Innovation Experience Espírito Santo 2025, maior evento de tecnologia e inovação do estado, em Vitória; a Feira dos Municípios, em Serra; e o Festival de Inverno de Guarapari. Juntos, esses eventos atraíram milhares de visitantes e estimularam fortemente hotéis, bares e restaurantes da região.

No interior, regiões tradicionalmente ligadas ao turismo também aproveitaram o período de férias escolares e o clima mais frio para promover festivais de grande alcance. Entre eles estão o Festival de

Inverno de Domingos Martins e o Festival Nacional de Forró de Itaúnas – Fenfit, que impulsionaram a chegada de turistas e movimentaram a economia local. A realização de eventos é estratégica para a atração de visitantes para o estado, sobretudo nas cidades do interior cuja economia é fortemente baseada na atividade turística. Festivais gastronômicos, festas típicas, feiras agropecuárias, encontros culturais e eventos esportivos funcionam como importantes impulsionadores do fluxo turístico, movimentando hotéis, restaurantes, comércio e serviços locais.

Ranking	UF	Variação (%)
1º	Espírito Santo	2

R/IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES. *Com a

Aeroporto de Vitória registra

A MAIOR MOVIMENTAÇÃO DO ANO EM JULHO

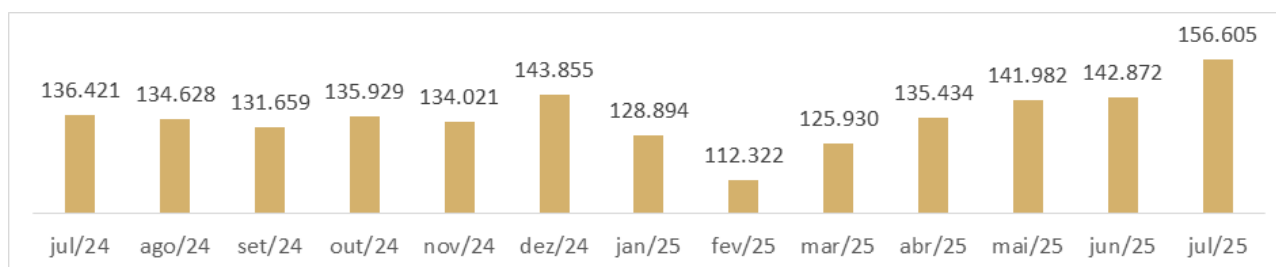
De acordo com dados da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC), 156.605 passageiros desembarcaram no Aeroporto de Vitória em julho de 2025, o maior volume do ano e superior a todos os meses de 2024. Esse resultado representa um aumento de 14,8% em relação a julho de 2024. No total, 944.029 pessoas desembarcaram no estado em 2025, o que corresponde a um crescimento de 12% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Esse dinamismo na movimentação aérea se reflete também no perfil dos visitantes. A Pesquisa de Identificação do Perfil do Turista no Inverno realizada pela Secretaria de Turismo do Espírito Santo (SETUR/ES)², identificou o perfil do turista nos municípios capixabas durante o inverno de 2025.



O levantamento apontou que 21,9% dos visitantes utilizaram o avião como meio de transporte para chegar ao estado, enquanto 14,2% optaram por ônibus de linhas regulares. Isso destaca a importância do modal aéreo e da infraestrutura aeroportuária para a recepção de visitantes e o fortalecimento do turismo no estado.

Passageiros de avião que desembarcaram no Aeroporto de Vitória



Fonte: Agência Nacional de Aviação (ANAC). Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.



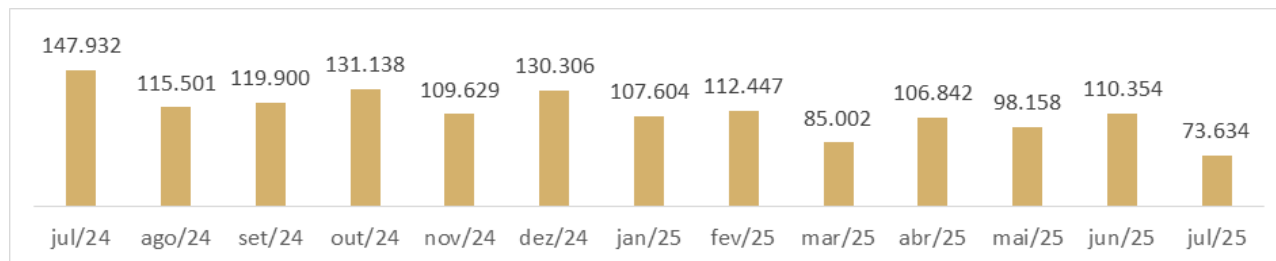
QUEDA NAS VENDAS DE PASSAGENS DE ÔNIBUS COM DESTINO AO ES

Enquanto o número de passageiros aéreos cresceu no Espírito Santo, a movimentação de passageiros rodoviários apresentou queda significativa. No mês de julho, foram vendidos 73.634 bilhetes de passagens com destino aos municípios do Espírito Santo no mês de julho, o menor volume de vendas do ano. Além disso, ocorreu uma queda de cerca de 50% em relação a julho de 2024.

No acumulado de janeiro a julho de 2025, as vendas somaram 694.041 passagens, frente a 991.174 no mesmo período do ano anterior, o que representa uma queda de aproximadamente 30% no total de bilhetes vendidos.



Passagens de ônibus regulares vendidas com destino aos municípios do ES (Intermunicipal e Interestadual)



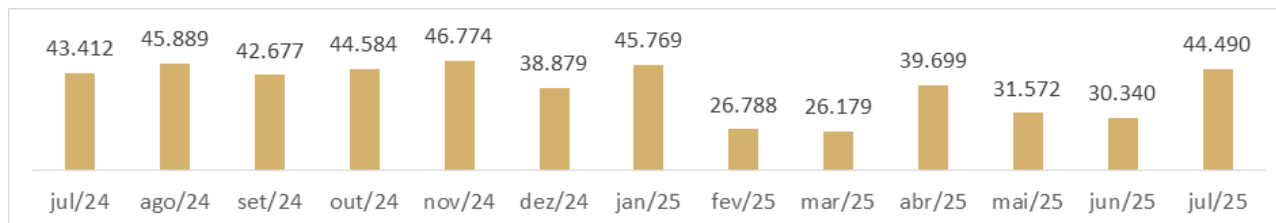
Fonte: Sistema Monitrip - Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT).

Nota: Os dados referem-se ao Transporte Regular Rodoviário (sem contar o transporte Semiurbano), e são agregados pelo mês em que ocorreu a viagem.

Já no caso do transporte fretado, mais diretamente associado ao turismo por atender excursões, passeios e eventos, o número de passageiros chegou a 44.490 em julho de 2025, aumento de 2,5% em relação ao mesmo mês de 2024. No acumulado do ano, 244.837 pessoas desembarcaram em municípios capixabas por esse modal, representando uma leve queda de 0,9% frente ao mesmo período do ano anterior. Esses números evidenciam a importância de

políticas voltadas ao fortalecimento do transporte rodoviário de passageiros. A promoção de parcerias com empresas do setor e a adoção de medidas que estimulem a venda de passagens pode ampliar a acessibilidade ao Espírito Santo e reforçar sua competitividade turística, sobretudo para visitantes de estados vizinhos, como Minas Gerais, Rio de Janeiro e Bahia, que estão entre os principais emissores de turistas para o estado.

Passageiros de Ônibus Fretado com destino aos municípios do Espírito Santo (Intermunicipal e Interestadual))



Fonte: Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT). Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.



OPINIÃO EMPRESARIADO CAPIXABA



“ Foi então que chegou a Santa Teresa e, entre 2008 e 2010, eles compraram um terreno e começaram a realizar esse projeto de produzir o vinho ”

Fabio Quintão

Da Cantina Grotteschi, em Santa Teresa



No contexto em que o agroturismo ganha espaço e os produtores rurais assumem um protagonismo, muitos empreendedores têm aberto suas propriedades para aproximar o público do campo. Essa abertura não significa, necessariamente, transformar o espaço em um ponto turístico estruturado, mas criar oportunidades de contato direto com a produção, a história da família e a valorização do que é cultivado localmente.

É nessa perspectiva que se insere a experiência de Fabio Quintão, da Cantina Grotteschi, em Santa Teresa. Ao assumir o legado deixado por sua mãe e seu padrasto, ele mantém viva a tradição do vinho e abre as portas da vinícola para visitas.

Mais do que conhecer a bebida, quem chega até lá tem a chance de ouvir a trajetória da família, entender o processo produtivo e se conectar ao terroir capixaba. Um exemplo de como a força dos produtores rurais vem enriquecendo o turismo de experiência no Espírito Santo. Confira a entrevista com ele:

“Eu comecei recente nesse trabalho. Foi a partir de 2022, quando a minha mãe faleceu. Meu padrasto, que foi fundador, já tinha falecido em 2020, e aí ela deixou como herança a Vinícola Grotteschi.

Desde então, a gente passou a trabalhar para realizar o sonho que ela e meu padrasto tinham de fazer vinho. Ele veio da Itália, minha mãe o conheceu lá, se casaram, vieram para cá e, como ele já produ

zia vinho na Itália, começou a procurar um lugar adequado no Espírito Santo para dar continuidade a esse sonho. Passou por Pedra Azul, por Matilde, mas não encontrou o local ideal. Foi então que chegou a Santa Teresa e, entre 2008 e 2010, eles compraram um terreno e começaram a realizar esse projeto de produzir o vinho, plantando e fazendo alguns testes.

O grande sonho do meu padrasto era produzir um vinho branco feito com “malvasia” e “trebbiano”. Tanto que, em frente à nossa casa, havia alguns pés dessas uvas, e ele conseguiu elaborar esse vinho que tanto queria. Mas pouco depois ele faleceu.

Minha mãe deu continuidade sozinha ao trabalho, mas não teve muito tempo até também nos deixar em 2022. Antes disso, no entanto, ela conheceu o Levi, que também cultivava vinhas, também teve uma experiência na Itália e que hoje é nosso sócio.

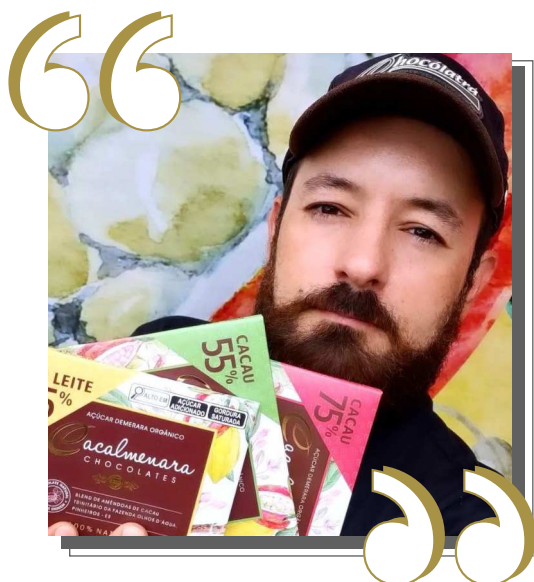
O nome do nosso vinho é “Terre Gialle”. Desde 2019, minha mãe, meu padrasto e o Levi começaram a elaborar esse vinho, que é um blend — ou assemblage — de Syrah com Cabernet Sauvignon. Conseguiram desenvolver muito bem essas uvas na

região, graças ao microclima que favorece a produção, e desde então já temos algumas garrafas de vinho fino, onde a qualidade se destaca.

Hoje, nós seguimos produzindo com uvas próprias e estamos fazendo novas experiências. Já temos Syrah e Cabernet Sauvignon e, mais recentemente, comecei a plantar Sangiovese, uma uva italiana. A expectativa é que, no próximo ano, ela já comece a dar frutos e a gente consiga diversificar ainda mais a produção. Tudo isso é parte da continuidade desse sonho de família.”



OPINIÃO EMPRESARIADO CAPIXABA



João Felipe Almenara, representante da marca Cacalmenara, atua no setor de chocolates “tree to bar” produzidos a partir do cacau cultivado em fazendas no Espírito Santo. A marca se destaca por realizar todo o ciclo produtivo, da plantação do cacau até a fabricação do chocolate:

“ O Espírito Santo tem muito a oferecer no quesito cacau e chocolates naturais. O Espírito Santo possui muito bons chocolates naturais e esse movimento precisa ser mostrado ao público, especialmente agora que o turismo está em expansão no nosso estado.”

João Felipe Almenara

*representante da marca Cacalmenara,
atua no setor de chocolates*

“Meu nome é João Felipe Almenara e sou um dos sócios da Cacau Almenara Chocolates, em Santa Teresa, no Espírito Santo. Atuamos como uma empresa familiar no ramo de chocolates 100% naturais, produzidos desde a nossa plantação agroflorestal até à barra.



Realizamos todas as etapas do processo, plantamos o nosso cacau no distrito de São João do Sobrado, no município de Pinheiros, no Espírito Santo e a produção final do chocolate na loja/fábrica localizada em Santa Teresa. Produzimos também outros produtos da cacauicultura como mel do cacau, melaço do cacau e chá do cacau.

Em 2022 conquistamos premiação nacional em 3º lugar com o chocolate ao leite 45% cacau, em 2023 premiação internacional em terceiro lugar na Academia de Chocolate em Londres Inglaterra com os chocolates 45% e 75%

cacau e em 2024 segundo lugar no Fescacau em Linhares, com chocolate 55% cacau e cupuaçu da nossa plantação agroflorestal.

Nosso objetivo é mostrar que o Espírito Santo tem muito a oferecer no quesito cacau e chocolates naturais. O Espírito Santo possui muito bons chocolates naturais e esse movimento precisa ser mostrado ao público, especialmente agora que o turismo está em expansão no nosso estado.”

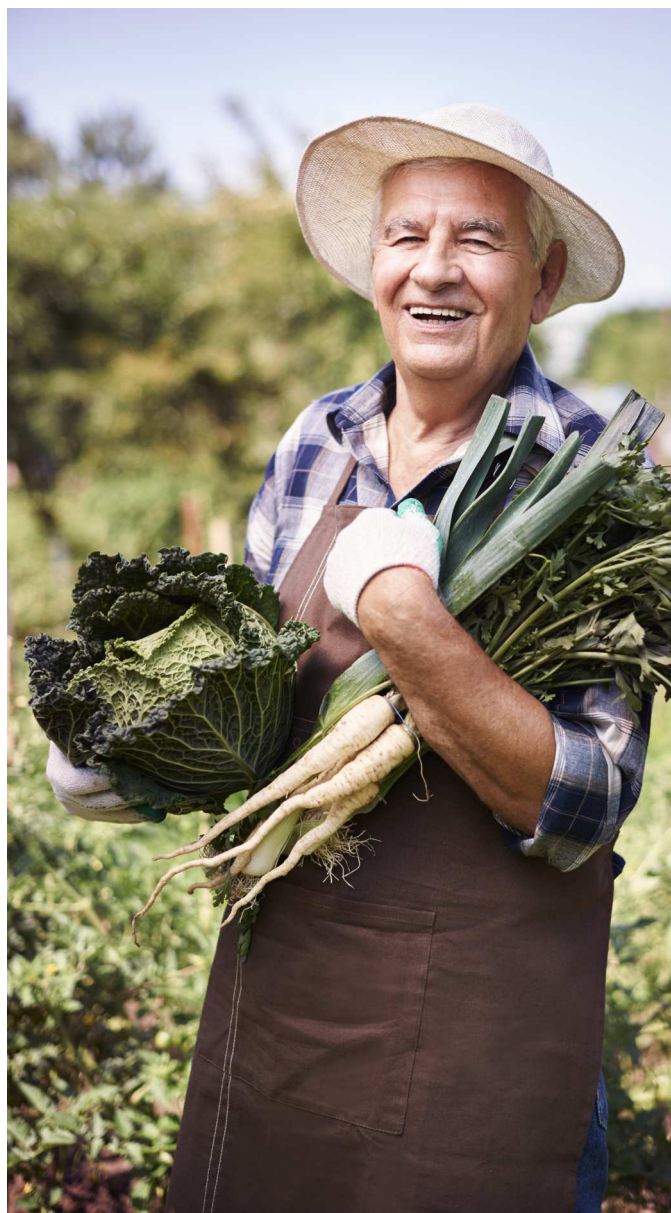


TENDÊNCIA

Agroturismo ganha força
com valorização da produção local:

PRODUTORES RURAIS COMO PROTAGONISTAS DE EXPERIÊNCIA TURÍSTICA

O agroturismo vem se consolidando como uma das principais tendências do turismo contemporâneo, unindo produção agropecuária, hospitalidade e vivências autênticas no campo. Mais do que uma busca por lazer em contato com a natureza, essa modalidade valoriza a presença e o protagonismo dos produtores rurais, que se tornam agentes fundamentais de atração turística ao abrirem suas propriedades para experiências que combinam saberes tradicionais, cultivo de alimentos e gastronomia regional.



No cenário internacional, países como Itália, França e Espanha já demonstram a força desse movimento, em que a agricultura familiar e a valorização da produção local se convertem em diferenciais competitivos para o turismo. No Brasil, essa tendência ganha fôlego em regiões onde a diversidade produtiva, o patrimônio cultural e os recursos naturais se conectam de forma estratégica, ampliando a geração de renda e fortalecendo cadeias produtivas locais.

No Espírito Santo, a expansão do agroturismo está diretamente ligada ao dinamismo do setor agro, que tem se destacado no desempenho econômico do estado. Municípios como Santa Teresa, Venda Nova do Imigrante, Domingos Martins e Alfredo

Chaves exemplificam essa integração: propriedades rurais que antes se dedicavam exclusivamente à produção de café, morango, iogurtes, vinho ou derivados artesanais, hoje também recebem visitantes, fortalecendo a identidade cultural e ampliando as oportunidades de negócios.

Ao transformar produtores em protagonistas da experiência turística, o agroturismo se consolida como uma estratégia de desenvolvimento regional. Ele não apenas diversifica as fontes de renda no campo, mas também contribui para fixar famílias nas áreas rurais, preservar tradições e criar conexões genuínas entre quem produz e quem consome. Mais do que uma tendência, é uma força de transformação econômica e social no território capixaba.

Notas

¹ O IATUR representa um grupo à parte de um conjunto de atividades características do Turismo disponibilizado pela Pesquisa Mensal de Serviços (PMS) do IBGE. Reúne informações sobre o volume de serviços, que representa a receita bruta do serviço prestado, descontada a inflação.

A partir da divulgação de janeiro 2023 a Pesquisa Mensal de Serviços (PMS) passou por uma reestruturação das pesquisas conjunturais do IBGE, que significou também a divulgação de uma nova série histórica, com o encadeamento entre a nova pesquisa e a antiga. A atualização da pesquisa, que ocorre de forma periódica na rotina do IBGE, reuniu uma nova amostra de empresas, inclusão e exclusão de atividades e alterações nos pesos dos produtos, entre outras mudanças.

Os dados são divulgados com dois meses de defasagem e poderão sofrer alterações e atualizações na próxima divulgação.

As doze Unidades da Federação selecionadas para o levantamento são: Ceará, Pernambuco, Bahia, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Goiás e Distrito Federal.

O CNAE 2.0, ou Classificação Nacional de Atividades Econômicas 2.0, é um sistema de classificação que organiza as atividades econômicas no Brasil em uma estrutura hierárquica composta por diversos agrupamentos e subclasses. Cada agrupamento representa um nível na hierarquia e abrange um conjunto de atividades relacionadas. Abaixo estão os agrupamentos dos CNAE 2.0 da PMS utilizados para representar o Índice de Atividades Turísticas (IATUR), juntamente com algumas das atividades representativas:

AD 1 - Serviços prestados às famílias: 01 – Alojamento (hotéis, pousadas, albergues não assistenciais, camping, serviços de pensão, hostel, aluguel de imóveis próprios para curta temporada); 02 – Alimentação (refeição a quilo, churrascaria, pizzarias, restaurantes, cafeterias, lanchonetes, sorveterias, bares, choperias); 03 – Outros Serviços Prestados às famílias (Companhia de teatro, conjunto musical, coral, eventos culturais, espetáculos...

AD 2 – Serviços Profissionais, administrativos e complementares: 01 – Aluguéis não imobiliários (Locação de automóveis sem condutor); 02 – Serviços de apoio às atividades empresariais (Agências de viagens e operadoras turísticas);

AD 3 - Transportes, serviços auxiliares aos transportes e correio: 01 - Rodoviário de passageiros (Transporte coletivo de passageiros municipal, intermunicipal, interestadual e internacional); 02 - Outros segmentos do transporte terrestre (Trens turísticos, teleféricos e similares); 03 - Transporte aquaviário (Transporte de passageiros por meios aquáticos); 04 - Transporte aéreo (Transporte de passageiros por meios aéreos).

*Pesquisa disponível em: <https://observatoriodoturismo.es.gov.br/pesquisas-temporada-de-inverno>

Referência

¹. Organização Mundial do Turismo (OMT). Tourism and Rural Development, ²⁰²⁰. Disponível em: <https://www.unwto.org>

². Ministério do Turismo. Agroturismo: Caminhos para o desenvolvimento rural sustentável, ²⁰²³. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo>

³. Instituto Capixaba de Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão Rural – INCAPER. Boletim Agroturismo no Espírito Santo, ²⁰²⁴. Disponível em: <https://incaper.es.gov.br>

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro | Diretor Sesc-ES: Luiz Henrique Toniato | Diretor Senac-ES: Richardson Schmittel | Superintendente Fecomércio-ES: Wagner Corrêa | Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES: Cezar Wagner Pinto | Equipe Connect Fecomércio-ES: André Spalenza : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Samuel O. Cabral : Ryan Procopio : Giulia Ortega : João Guimarães : Paulo Rody | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br